

## Saopštenje za medije

23. februar 2022.

Dobri rezultati i napredak ka svim strateškim prioritetima u fiskalnoj 2021. godini

### **Henkel objavio godišnje rezultate za 2021. i podigao agendu za svrsishodni rast na novi nivo**

- **Dobri poslovni rezultati u 2021. u izazovnom tržišnom okruženju:**
  - Prodaja grupe dostigla je 20,1 milijardi evra, što je organski rast od +7,8 odsto
  - Operativni profit\* povećan na 2,7 milijardi evra, +4,2 odsto
  - EBIT marža\* na nivou od prošle godine: 13,4 odsto
  - Prihod po prioritetnoj akciji (EPS)\*: 4,56 evra, +9,2 odsto, korigovano zbog uticaja kursnih razlika
  - Dobar slobodan novčani tok od 1,5 milijardi evra, neto finansijska pozicija značajno unapređena
- **Predložene dividende na nivou od prošle godine: 1,85 evra po prioritetnoj akciji**
- **Prognoza za 2022. i srednjoročne i dugoročne finansijske ciljeve ostaje neizmenjena**
- **Dosledno sprovođenje agende za svrsishodni rast od 2020.**
- **Ključne mere za podizanje agende strateškog rasta na sledeći nivo:**
  - **Započet proces integracije poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u jedinstvenu platformu sa više kategorija i prodajom većom od 10 milijardi evra**
  - **Planirana dalja optimizacija portfolija u poslovanju robe široke potrošnje**
  - **Započet program otkupa akcija sa prometom do milijardu evra**
  - **Investicioni fond Venture Fund II sa ukupnim sredstvima od 150 miliona evra**
  - **Nova strategija održivosti i ciljevi**

**Diseldorf – „Ukupno posmatrano, postigli smo dobre poslovne rezultate u 2021. i dosledno smo radili na sprovođenju naše strateške agende – uprkos, vrlo izazovnim**

tržišnim okolnostima, bez presedana, sa poremećajima u globalnim lancima snabdevanja, nestašici ključnih sirovina kao i značajnim rastom cena," rekao je Izvršni direktor kompanije Henkel Karsten Knobel.

„Zabeležili smo organski rast u svim poslovnim sektorima, zadržali smo stabilne marže i postigli vrlo snažno povećanje prihoda po prioritetnoj akciji. Ovo je zasluga našeg globalnog Henkel tima. Zajedno smo ostvarili napredak u našoj Agendi za svrsishodni rast - čak i u ovim izazovnim vremenima. Hteo bih da se zahvalim svim našim zaposlenima na njihovoj izvanrednoj angažovanosti. Posebno onima koji su na licu mesta obezbedili da se naša proizvodnja i procesi koji su ključni za poslovanje nastave.“

Henkel je postigao organski rast prodaje od oko 20,1 milijardu evra u fiskalnoj 2021. godini. Ovo odgovara organskom rastu prodaje od 7,8 odsto u odnosu na 2020 godinu. Značajan oporavak potražnje u industrijskom segmentu i segmentu frizerskih salona imao je posebno pozivitan uticaj. U oblasti robe široke potrošnje, potražnja se u više kategorija vratila u uobičajene obrasce u odnosu na prethodnu 2020. godinu, kada je zabeležena veća potražnja za proizvodima za higijenu i čišćenje kao i za bojama za kosu, dok je potražnja za proizvodima za stilizovanje bila manja. U isto vreme, uticaj značajnog povećanja cena sirovina i logističkih usluga kao i uticaji kursnih razlika umanjili su profitabilnost u fiskalnoj 2021 godini. Zahvaljujući značajno većem prometu, uspešnim povećanjima cena, aktivnim upravljanjem troškovima i tekućim strukturnim korekcijama, Henkel je uspeo da nadoknadi i čak premaši uticaje na zaradu. Korigovani operativni profit povećan je 4,2 odsto na 2,7 milijardi evra. Korigovani prinos od prodaje iznosio je 13,4 odsto u odnosu na nivo iz prethodne godine a korigovani prihodi po preferencijalnim akcijama porasli su na 4,56 evra. Ovo predstavlja značajno poboljšanje od 9,2 odsto pri konstantnom kursu.

Na osnovu ovih rezultata, Henkel će predložiti svojim akcionarima stabilnu dividendu od 1,85 evra po preferencijalnoj akciji i 1,83 evra po običnoj akciji na predstojećoj godišnjoj skupštini. To predstavlja stopu isplate od 40,5 odsto, što je blago iznad ciljanog opsega od 30 do 40 odsto korigovanog neto prihoda nakon nekontrolisanih udela. Kompanija je isplaćivala stabilne dividende od početka pandemije COVID-19.

Pored toga, Henkel je najavio program otkupa akcija u vrednosti do 1 milijarde evra na kraju januara 2022. i već je započeo implementaciju u februaru. Henkel planira da otkupi preferencijalne akcije ukupne vrednosti do 800 miliona evra i obične akcije ukupne vrednosti do 200 miliona evra. Očekuje se da će program biti sproveden najkasnije do 31. marta 2023.

„Dosledno sprovodimo našu stratešku agendu i ostvarili smo vrlo dobar napredak u mnogim ključnim oblastima. U nekim oblastima, međutim, vidimo potrebu za dodatnim delovanjem. Zato, sada podižemo našu Agendu za svrsishodan rast na sledeći nivo: na kraju januara, najavili smo spajanje naših poslovnih sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u jedinstveni poslovni sektor „Henkelovi brendovi robe široke potrošnje“. Time ćemo stvoriti platformu sa više kategorija sa prodajom od oko 10 milijardi evra. Ovo omogućava širu osnovu za doslednije optimizovanje našeg portfolija, kako bismo omogućili veći rast i bolji profil marži. To se takođe odražava u našim srednjoročnim i dugoročnim finansijskim ciljevima,“ rekao je Karsten Knobel. „Pored toga, naš investicioni fond Venture Fund II sa 150 miliona evra i naš novi Strateški okvir za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+ pružaju važan podsticaj u oblastima inovacija i održivosti. A novi, otvoren i dinamični pogled na naš korporativni brend osnažuje našu svrhu.“

### **Prodaja grupe i rezultati prihoda u fiskalnoj 2021.**

**Prodaja** Henkel Grupe dostigla je 20.066 milijardi evra u fiskalnoj 2021. godini. To predstavlja nominalni rast od 4,2 odsto i značajan **organski rast prodaje** od 7,8 odsto. Uticaj akvizicija i divesticija na prodaju bio je blago negativan, -0,1 odsto. Uticaj kursa na prodaju bio je negativan i iznosio je -3,5 odsto.

Poslovni sektor **Adhezivi Tehnologije** zabeležio je dvocifren organski rast prodaje od 13,4 odsto, izazvan primarno značajnim oporavkom industrijske potražnje u odnosu na 2020. godinu, kada je pandemija COVID-19 imala značajan uticaj. Prodaja poslovnog sektora **Beauty Care** zabeležila je organski rast od 1,4 odsto. Dok je oporavak poslovanja frizerskih salona imao pozitivan uticaj, na poslovanje s robom široke potrošnje poslovnog sektora Beauty Care je posebno uticala normalizacija potražnje u kategoriji nege tela. Poslovni sektor **Deterdženti i kućna hemija** postigao je snažan organski rast prodaje od 3,9 odsto, a obe oblasti, deterdženti i kućna hemija su, imale su snažne rezultate.

**Korigovani operativni profit (korigovani EBIT)** uvećan je 4,2 odsto na 2.686 milijardi evra u 2021. u odnosu na 2.579 milijardi evra u fiskalnoj godini 2020. **Korigovani prinos od prodaje (korigovana EBIT marža)** dostigao je nivo iz prethodne godine od 13,4 odsto.

**Korigovani prinos po preferencijalnoj akciji** porastao je 7,0 odsto na 4,56 evra (prethodne godine: 4,26 evra). Pri konstantnim kursovima, korigovani prihodi po preferencijalnim akcijama uvećani su 9,2 odsto.

**Neto obrtni kapital** uvećan je na 2,2 odsto, što je 1,5 procentualnih poena više u odnosu na izuzetno nisku brojku iz prošle godine od 0,7 odsto. Neto obrtni kapital se vratio na normalni nivo. U odnosu na pretkrizni nivo iz 2019. to je napredak od 1,7 odsto.

**Slobodni tokovi gotovine** iznosili su 1.478 milijardi evra, što je pad u odnosu na brojke iz prošle godine (2020: 2.340 milijardi evra) što je pojačao neobično oštar pad neto obrtnog kapitala u okviru tokova gotovine po osnovu poslovnih aktivnosti.

**Neto finansijska pozicija** značajno je unapređena, pretežno zbog dobrih tokova gotovine. Počevši od 31. decembra 2021. neto finansijska pozicija iznosila je -292 miliona evra (31. decembra, 2020: -888 miliona evra).

## **Prognoza za 2022.**

### **Agenda za svrsishodni rast: dobar napredak u sprovođenju**

Pre dve godine, na početku marta 2020. Henkel je predstavio svoju agendu za rast za naredne godine i razvio je jasan strateški okvir za njeno postizanje. Ključni elementi strateškog okvira su uspešan portfolio, jasna prednost nad konkurentima u oblastima inovacije, održivosti i digitalizacije, kao modeli spremni za budućnost - na osnovu snažne kompanijske kulture.

#### *Upravljanje portfoliom obavljeno po planu*

Kao deo **aktivnog upravljanja portfoliom**, Henkel je odredio cilj na početku 2020. da divestira ili ukine brendove i poslovanje sa prodajom od oko 0,5 milijardi evra do kraja 2021. Kao što je planirano, Henkel je potpisao sporazume o divesticijama, kompletirao divesticije ili obustavio aktivnosti do kraja 2021. čija je ukupna prodaja bila oko 0,5 milijardi evra. Pored toga, Henkel je takođe strateški osnažio svoj portfolio u 2021. godini perspektivnom **akvizicijom** kompanija s velikim rastom.

Kako bi unapredio svoju **konkurentsku prednost**, Henkel se fokusirao na dodatno ubrzanje **inovacija**, unapređenje **održivosti** kao faktora po kome se izdvaja, i unapređenje kreiranja vrednosti za klijente i potrošače kroz **digitalizaciju**.

#### *Uspešno pokrenute inovacije*

U oblasti **uspešnih inovacija**, Henkel je ostvario dodatan napredak u fiskalnoj 2021. godini. Ovome su doprinele i interne fabrike ideja i inkubatorski timovi koji su u proteklih godinu dana osnovani u poslovnim sektorima Beauty Care i Deterdženti i kućna hemija. U sektoru Adhezivi

Tehnologije, otvoren je novi globalni inovacioni centar u Diseldorfu, ukupne investicije od oko 130 miliona evra.

Henkel je i u fiskalnoj 2021. godini uz značajne investicije, uspešno uveo mnoge inovacije na tržište. U sektoru **Adhezivi Tehnologije**, Henkel je na primer razvio i pokrenuo rešenja za automobilsku industriju uz primenu održivih tehnologija za lepljenje. Pored toga, inovativni adhezivi omogućavaju razvoj održivih rešenja za pakovanje.

U sektoru **Beauty Care**, Henkel je uveo uspešne inovacije u segmentu nege kose i tela.

U sektoru **Deterdženti i kućna hemija**, poklopci za boce deterdženta su unapređeni pomoću inovacija u svim cenovnim segmentima, i dostupni su u okviru različitih brendova, uključujući Perwoll. Inovacije u oblasti sredstava za čišćenje obuhvataju poklopce za deterdžente za sudove „Somat Excellence“.

#### *Značajan napredak u oblasti održivosti*

Kao deo svoje strateške agende, Henkel se fokusira na **održivost** kako bi se jasno istakao u odnosu na konkurente i kako bi generisao svrsishodan rast i stvorio vrednost za svoje ciljane javnosti. Henkel je ostvario značajan napredak u ovoj oblasti u 2021.

- U odnosu na polaznu godinu 2010. Henkel je u fiskalnoj 2021. smanjio emisije CO<sub>2</sub> u svojoj proizvodnji za 50 odsto, i uvećao udeo zelene električne energije na više od jedne trećine.
- Do kraja 2021. Henkel je u 21 državi u potpunosti prešao na korišćenje električne energije koja je 100 odsto obnovljiva.
- Udeo pakovanja koja mogu da se recikliraju ili da se ponovo iskoriste je uvećan na 86 odsto. Cilj je da se postigne 100 odsto do 2025 godine.

U 2021. godini Henkel je bio prva kompanija u svojoj industriji koja je izdala obveznicu indeksiranu u evru sa kamatnim stopama povezanim sa postizanjem određenih ciljeva održivosti. Henkel je ukupno izdao održive obveznice u vrednosti od više od 700 miliona evra prošle godine.

#### **Objavljena nova strategija održivosti i ambicije**

Kako bi predstavio rastući značaj održivog upravljanja i rastuća očekivanja korisnika i društva, Henkel je unapredio svoju dugoročnu strategiju održivosti uvođenjem novog **Strateškog okvira za ostvarenje ambicije održivog poslovanja 2030+**. Pored postojećih ciljeva, novi

dugoročni ciljevi su postavljeni u tri dimenzije - „Regenerativna planeta“, „Uspesne zajednice“ i „Partner od poverenja“, kako bi se podstakao dalji napredak.

#### *Dodatan napredak u digitalizaciji*

Pored inovacija i održivosti, Henkel je postavio **digitalizaciju** kao strateški prioritet kako bi ojačao svoju konkurentsku prednost i napravio značajan napredak u 2021. godini. **Digitalna prodaja je ponovo uvećana za dvocifren procenat** u sva tri poslovna sektora. Udeo digitalne prodaje na nivou Grupe je zato uvećan na više od 18 odsto.

#### *Prošireni operativni modeli spremni za budućnost*

Ekonomični, brzi **operativni modeli spremni za budućnost** predstavljaju značajne elemente Henkelovog strateškog okvira. Henkel je nastavio sa promenama koje su započete 2020. godine: u sektoru Adhezivi Tehnologije, je postavljena nova struktura sa četiri poslovne divizije sačinjene od 11 strateških jedinica. Planirano spajanje sektora Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u poslovni sektor Brendovi robe široke potrošnje takođe će dovesti do dodatne optimizacije struktura.

#### *Oснаživanje korporativne kulture*

Henkel je dodatno ojačao svoju korporativnu kulturu kao deo svoje strateške agende. U 2020. Henkel je osmislio novu svrhu kompanije i pokrenuo je interno i eksterno: „Pioneers at heart for the good of generations“. Ova nova **svrha** je vodeći princip koji ujedinjuje sve zaposlene Henkela. Sa novim, dinamičnim vizuelnim izgledom korporativnog brenda, Henkel naglašava svoju želju da bude pionir u omogućavanju pozitivnog razvoja na tržištima i u društvenoj sredini.

#### **Proces integracije novog poslovnog sektora Brendovi robe široke potrošnje**

Na kraju januara 2022. Henkel je najavio opsežne mere za podizanje Agende svrshishodnog rasta na sledeći nivo. Henkel planira da spoji sektore Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care u jedinstveni poslovni sektor: **Henkel Brendovi robe široke potrošnje**. Spajanje je osmišljeno kako bi se unapredili rast i profitabilnost poslovanja kompanije sa robom široke potrošnje.

**Pripreme za proces integracije** novog poslovnog sektora su već počele. To obuhvata početne, konstruktivne razgovore sa predstavnicima zaposlenih.

Rezimirajući, Karsten Knobel je rekao: „Ostvarili smo dodatan napredak u 2021. u sprovođenju naše strateške agende i postigli smo ukupno dobre poslovne rezultate. Uprkos tome što se i

dalje suočavamo sa globalnom pandemijom kao i veoma napregnutim lancima snabdevanja i izuzetno velikim povećanjem cena sirovina i usluga logistike. Sada gledamo u budućnost - na zadatke koji leže pred nama u 2022. i narednim godinama. Nadgradili smo jasnu strategiju za generisanje svrsishodnog rasta i snažan tim sa izuzetno motivisanim zaposlenima širom sveta. Verujemo u naše zajedničke vrednosti, našu kulturu i našu svrhu, i oni nas predvode. Potpuno sam uveren da ćemo postići naše ambiciozne ciljeve i uspešno sprovesti našu Agendu svrsishodnog rasta“.

## **O Henkelu**

Henkel posluje širom sveta sa uravnoteženim i raznovrsnim portfoliom. Kompanija zauzima vodeće pozicije sa svoja tri poslovna sektora u oblastima industrijskog tržišta, kao i proizvoda široke potrošnje, zahvaljujući jakim brendovima, inovacijama i tehnologijama. Henkelov sektor Adhezivi Tehnologije je svetski lider na tržištu lepkova – u svim industrijskim segmentima u svetu. Sa sektorima Deterdženti i kućna hemija i Beauty Care, Henkel zauzima vodeće pozicije na mnogim tržištima i kategorijama širom sveta. Osnovan 1876. godine, Henkel iza sebe ima više od 140 godina uspešnog poslovanja. U 2021. godini, kompanija Henkel ostvarila je prodaju veću od 20 milijardi evra i korigovani operativni profit od oko 2,7 milijardi evra. Henkel zapošljava više od 52.000 ljudi širom sveta – predan i veoma raznovrstan tim, ujedinjen snažnom korporativnom kulturom, zajedničkom svrhom, kao i zajedničkim vrednostima. Kao priznati lider u održivosti, Henkel se nalazi na najvišim pozicijama mnogih međunarodnih indeksa i lista. Henkelove prioritetne akcije izlistane su u nemačkom indeksu DAX. Za više informacija, molimo vas posetite [www.henkel.com](http://www.henkel.com).

Ove informacije sadrže izjave koje se odnose na budućnost zasnovane na trenutnim procenama i predviđanjima rukovodstva kompanije Henkel AG & Co. KGaA. Izjave koje se odnose na budućnost se odlikuju rečima poput „očekivati“, „nameravati“, „planirati“, „predviđati“, „procenjivati“, i sličnim terminima. Takvim izjavama se na bilo koji način ne garantuje da će se takva očekivanja ostvariti. Budući učinci i rezultati koje će Henkel AG & Co. KGaA i njegova povezana društva stvarno ostvariti zavisi od više rizika i neizvesnosti, i stoga se mogu razlikovati materijalno od izjava koje se odnose na budućnost. Mnogi od ovih faktora su van Henkelove kontrole i ne mogu se precizno predvideti, poput budućeg privrednog ambijenta i radnji konkurenata i drugih uključenih u tržište. Henkel ne planira niti se obavezuje da ažurira bilo koju izjavu koja se odnosi na budućnost.

Ovaj dokument uključuje – u primenljivom okviru finansijskog izveštavanja koji nije jasno definisan – dodatne finansijske mere koje su ili mogu biti alternative merama učinka (mere koje nisu GAAP). Ove dodatne finansijske mere ne bi trebalo posmatrati izolovane ili kao alternative merama Henkelove neto imovine i finansijskih pozicija ili rezultata poslovanja kao što su prikazani u skladu sa primenjivim okvirom finansijskog izveštavanja u svojim konsolidovanim finansijskim izveštajima. Druge kompanije koje izveštavaju ili opisuju slično naslovljene alternativne mere učinaka bi mogle da ih računaju drugačije.

Ovaj dokument je izdat isključivo u svrhe obaveštenja i nije namenjen da služi kao savet za ulaganje ili ponuda za prodajou, ili traženje ponude za kupovinu, bilo kakvih hartija od vrednosti.

## **Kontakti**

### **Jelena Gavrilović Šarenac**

Telefon: +381 11 207 22 09

E-mail: [jelena.sarenac@henkel.com](mailto:jelena.sarenac@henkel.com)

### **Jelena Stojanović**

Telefon: +381 11 207 21 86

E-mail: [jelena.stojanovic@henkel.com](mailto:jelena.stojanovic@henkel.com)

[www.henkel.com/press](http://www.henkel.com/press)

[www.henkel.com/ir](http://www.henkel.com/ir)

[www.henkel.rs](http://www.henkel.rs)